

MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) “BROADBAND LEARNING CENTER” (BLC) PADA
PT. TELKOM

Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program Corporate
Social Responsibility (CSR) “Broadband Learning Center” (BLC) Surabaya oleh
PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur

SKRIPSI



Oleh :

YUNITA MARIANA PUTRI

NPM. 1043010168

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SURABAYA
2014

MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) “BROADBAND LEARNING CENTER” (BLC) PADA
PT. TELKOM

Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program Corporate
Social Responsibility (CSR) “Broadband Learning Center” (BLC) Surabaya oleh
PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi pada FISIP UPM “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

YUNITA MARIANA PUTRI

NPM. 1043010168

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SURABAYA
2014

MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) “BROADBAND LEARNING CENTER” (BLC)
SURABAYA PADA PT.TELKOM

Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program
Corporate Social Responsibility (CSR) “Broadband Learning Center” (BLC)
Surabaya oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur

Disusun Oleh :

YUNITA MARIANA PUTRI
NPM. 1043010168

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,

Pembimbing Utama

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0035 1

D E K A N

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY "BROADBAND LEARNING CENTER" BLC PADA
PT.TELKOM

Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program
Corporate Social Responsibility (CSR) "Broadband Learning Center" (BLC)
Surabaya oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur

Oleh :

YUNITA MARIANA PUTRI
NPM. 1043010168

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 18 Juli 2014

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0035 1

Ir.H.Didiek Tranggono,M.Si
NIP. 19581225 19900 1001

2. Sekretaris

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0035 1

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati M.Si
NIP. 19 641225199309 2001

Mengetahui,

Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan karena dengan limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, Proposal yang berjudul “EFEKTIVITAS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) “BROADBAND LEARNING CENTER” (BLC) SURABAYA” (BLC)” dapat penulis susun dan selesai sebagai wujud pertanggung jawaban atas penelitian proposal penulis. Dalam proses penyelesaian Proposal ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. ALLAH SWT dan Rasulullah Muhammad SAW untuk inspirasi serta tuntunan yang senantiasa mengilhami penulis dalam rangka “perjuangan” memaknai hidup.
2. Dra.Ec.Hj. Suparwati, Msi .Dekan Fisip UPN “Veteran” Jatim.
3. Juwito, S.Sos, Msi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si selaku dosen pembimbing proposal penulis.
5. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Buat abah, umik, mamas serta eyang uti yang menjadi tujuan utama penulis untuk selalu melakukan yang terbaik secara moril dan materiil.
7. M. Zainuddin Marzuky Abdillah yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis
8. Sahabat-sahabat seperjuangan Bunda Lovina, Roz, Shinokudet yang menjadi semangatnya penulis, kalian terbaik rek!! J
9. NALOFINOPIDA (Pipit, Fiddien, dan Indah) penyemangat terbaik Penulis J
10. Sahabat-sahabat luar biasa yang tak sekedar memotivasi dari sebelum berlangsungnya proses hingga selesainya proposal ini: Agan, Arfin, Dita, Dewa, Ancha, Ririn, Sekar, Femka, Viria dan juga Ak.family at Ak UPN Radio (you’re the best).

11. Seluruh Anggota BLC mas Ubay, Jonatan, Aris yang sudah banyak membantu dan memperlancar data-data penulis dan mas Sapto Cumik yang selalu mensupport dan membimbing penulis untuk ikhlas, sabar dan tawakal setiap hari J
12. Teman-teman seperjuangan Dila, Karina, Dea, Epoy, Kayin, Maria, Falin, Nobi, Maya, Riri, Putri, Bakhita, Kiki rismaya, Laras, Tiara Tinggi, Ayu Safitri, Vina, Cyntia, Ahonk, Repo, Tiara Sari, Wulan, Putri dan Avy sukses ya kalian!
13. Keluarga 15 yang gokil Arga, Ryan, Fahmi, Febik, Pebby, Atiek, Putri, Jo, Anggi, Aan, Rosyid, dan Irvan kalian keluarga KKN tersayang yang pernah hadir di kehidupan Penulis
14. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan.

Oleh sebab itu, kritik maupun saran selalu penulis harapkan demi tercapainya hal terbaik dari laporan magang ini. Besar harapan penulis, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Surabaya, 14 Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	15
2.2.2 Faktor-faktor yang Penunjang Komuniukasi Efektif	16
2.2.3 Tujuan Komunikasi	18

2.2.4 Strategi Komunikasi	18
2.2.5 Hambatan Komunikasi	20
2.2.6 Interaksi Dalam Perspektif Sosiologi.....	21
2.3 Public Relations	24
2.3.1 Pengertian Public Relations.....	24
2.3.2 Tujuan Public Relations	24
2.3.3 Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi Manajemen..	25
2.4 Corporate Social Responsibility	27
2.4.1 Definisi Corporate Social Responsibility	27
2.4.2 Lingkup Corporate Social Responsibility	28
2.4.3 Elemen-elemen Corporate Social Responsibility	29
2.4.4 Dampak Kegiatan Corporate Social Responsibility..	31
2.4.5 Manfaat Corporate Social Responsibility.....	32
2.5 Broadband Learning Center	35
2.6 Definisi Model Pengembangan.....	38
2.6.1 Konsep Model Pengembangan.....	39
2.6.2 Model Pengembangan Komunikasi	41
2.6.3 Pendekatan Terhadap Model Pengembangan	41
2.6.4 Cara Pengukuran Terhadap Model Pengembangan ..	43
2.6.5 Masalah dalam Pengukuran Model Pengembangan..	44
2.7 Kerangka Berpikir.....	49
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 53
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	53

3.1.1	Definisi Operasional.....	53
3.1.2	Pengukuran Variabel	58
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	61
3.2.1	Populasi	61
3.2.2	Sampel	62
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel.....	662
3.3	Teknik Pengumpulan Data	64
3.4	Metode Analisis Data.....	65
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Gambaran Umum dan Perusahaan.....	67
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	67
4.1.2	Visi dan Misi.....	69
4.1.3	Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. Divre V Jawa Timur	70
4.1.4	Keputusan Direksi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi,Tbk Divre V Tentang Pengelolaan Program Kemitraan Dan Program Lintas Lingkungan	72
4.2	Penyajian Data dan Analisis	77
4.2.1	Identitas Responden	77
4.2.2	Sumber Informasi	80
4.2.3	Deskriptif Penelitian Efektivitas	81
4.2.3.1	Pelatihan Teknologi Komputer.....	83
4.2.3.2	Efektivitas Teknologi Komputer	95

4.2.3.3 Pelatihan Teknologi Internet	97
4.2.3.4 Efektivitas Teknologi Internet	108
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	110
4.3.1 Model Pengembangan Program CSR	
“Broadband Learning Center”	110
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Kantor Daerah Telekomunikasi (KANDATEL).....	71
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	77
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Mengetahui Broadband Learning Center Melalui Media.....	81
Tabel 4.7	Pengetahuan Responden Tentang Pengetahuan Teknologi Komputer	84
Tabel 4.8	Responden Mendukung Pelatihan Teknologi Komputer	85
Tabel 4.9	Rekapitulasi Perubahan Sikap Pelatihan Teknologi Komputer	86
Tabel 5.0	Responden Mampu Mengembangkan Kompetensi Diri Dalam Memperdalam Teknologi Komputer yang Mendukung Kegiatan Belajar dalam Kegiatan Sehari-hari	88
Tabel 5.1	Responden Mengasah Bakat Kreatif melalui Desain Grafis	89
Tabel 5.2	Rekapitulasi Perubahan Perilaku Pelatihan Teknologi Komputer	90
Tabel 5.3	Responden Mengalami Tingkat Kesadaran akan Pentingnya Belajar Berbasis Teknologi Komputer	92

Tabel 5.4	Responden Mengalami Peningkatan Kesadaran Akan Pentingnya Memperdalam Teknologi Komputer Mampu Mengoperasikan Komputer dan Manfaat dari Masing-masing Aplikasi.....	93
Tabel 5.5	Rekapitulasi Peningkatan Kesadaran Pelatihan Teknologi Komputer	94
Tabel 5.6	Rekapitulasi Keseluruhan Indikator Pelatihan Teknologi Komputer	95
Tabel 5.7	Pengetahuan Responden Tentang Manfaat Teknologi Internet	97
Tabel 5.8	Responden Mengetahui Cara Berbisnis Online Yang Benar Melalui Pelatihan Teknologi Internet.....	98
Tabel 5.9	Rekapitulasi Perubahan Sikap Pelatihan Teknologi Internet	100
Tabel 6.0	Responden Mengerti Tentang Pentingnya Pelatihan Teknologi Internet Dapat Mencari Refrensi Melalui Social Network dan Dapat Memberikan Informasi melalui Blog.....	101
Tabel 6.1	Responden Dapat Merubah Perilaku Dalam Mempelajari Cara Berbisnis Online Yang Benar dan Berkeinginan Untuk Menjalankan Bisnis Online	102
Tabel 6.2	Rekapitulasi Perubahan Sikap Pelatihan Teknologi Internet.....	103

Tabel 6.3	Responden Mengalami Peningkatan Kesadaran Mengaplikasikan Teknologi Internet di Kehidupan Sehari-hari Dengan Teman, Keluarga dan Tetangga ...	104
Tabel 6.4	Responden Mengalami Peningkatan Kesadaran Berbisnis Online Tidak Hanya Berjualan saja Tetapi Mempunyai Etika Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 11 Tahun 2008).....	106
Tabel 6.5	Rekapitulasi Peningkatan Kesadaran Pelatihan Teknologi Internet.....	107
Tabel 6.6	Rekapitulasi Keseluruhan Indikator Pelatihan Teknologi Internet.....	108
Tabel 6.7	Model Pengembangan Program Corporate Social Responsibility "Broadband Learning Center" Surabaya	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	122
Lampiran 2	Tabulasi Sederhana Hasil Kuesioner Usia	130
Lampiran 3	Tabulasi Sederhana Hasil Kuesioner Pendidikan dan Pekerjaan	131
Lampiran 4	Tabulasi Sederhana Hasil Kuesioner Penggunaan Media..	134
Lampiran 5	Tabulasi Sederhana Hasil Kuesioner Pelatihan Teknologi Komputer.....	136
Lampiran 6	Tabulasi Sederhana Hasil Kuesioner Pelatihan Teknologi Internet	140
Lampiran 7	Rekapitulasi Keseluruhan Program CSR Broadband Learning Center	144
Lampiran 8	Dokumentasi Broadband Learning Center	146

ABSTRAKSI

YUNITA MARIANA PUTRI. MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "BROADBAND LEARNING CENTER" Pada PT.Telkom. (Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) "Broadband Learning Center" (BLC) Surabaya oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur.

Perusahaan perlu membangun citra yang baik terhadap masyarakat sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaanya. PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur memiliki kewajiban untuk ikut bertanggung jawab dalam kesenjangan Teknologi Komputer dan Internet di Surabaya, program Corporate Social Responsibility tersebut adalah Broadband Learning Center.

The Macro Model Of Public Relations Evaluation digunakan untuk mengukur model pengembangan suatu program yang dilakukan oleh Public Relations suatu perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat atau pemakai Broadband Learning Center yang berusia 17 tahun – 60 tahun yang mengetahui program CSR Telkom yaitu Broadband Learning Center dengan asumsi responden mengerti tentang apa yang sedang diteliti yang nantinya akan berpengaruh pada keakuratan data yang dihasilkan. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan teknik sampling tersebut, diperoleh jumlah responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan analisis hasil survey yang dilakukan peneliti mengenai model pengembangan program CSR Broadband Learning Center, secara keseluruhan total skor dari masing-masing indikator program CSR "Broadband Learning Center ini dapat disimpulkan termasuk program Corporate Social Responsibility yang berkembang secara perubahan sikap, perubahan perilaku dan tingkat kesadaran.

Kata Kunci : Model Pengembangan, Corporate Social Responsibility (CSR), The Macro Model Of Public Relations Evolution

ABSTRACT

YUNITA MARIANA PUTRI MODEL DEVELOPMENT PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "BROADBAND LEARNING CENTER" In PT.Telkom. (Quantitative Descriptive Study on the Development Model of Corporate Social Responsibility Programme (CSR) "Broadband Learning Center" (BLC) Surabaya by PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Division V East Java.

Companies need to establish a good image to the public so it can be profitable for his company. PT. Telekomunikasi Indonesia East Java Regional Division V has an obligation to be responsible for the gap and the Internet Computer Technology in Surabaya, Corporate Social Responsibility is Broadband Learning Center.

The Macro Model Of Public Relations Evaluation models used to measure the development of a program that is conducted by a Public Relations company. The research method used is descriptive quantitative research. The population of this

research is the public or users of Broadband Learning Center aged 17 - 60 years who knows CSR programs Telkom Broadband Learning Center on the assumption that respondents understand what is being researched that will affect the accuracy of the data generated. Sampling technique in this study using purposive sampling technique. Based on the sampling technique, the number of respondents obtained as many as 100 people.

Based on the analysis of the results of a survey conducted by researchers of the development model of CSR Broadband Learning Center program, an overall total score of each indicator CSR program "Broadband Learning Center can be inferred include Corporate Social Responsibility program that develops a change in attitude, changes in behavior and level of consciousness .

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat Industri berkembang setelah terjadinya revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang hanya mencari keuntungan. Untuk menjalankan usahanya, banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengeksploitasi sumber-sumber kekayaan alam. Dari satu sisi sektor industri dan korporasi-korporasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi disisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan terjadinya penurunan lingkungan. Di satu sisi ekonomi perekonomian tumbuh secara modern dan sangat pesat (Salamah,2008)

Sebuah perusahaan juga dituntut akan pentingnya sebuah hubungan yang baik dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya, dengan membangun hubungan yang lebih baik, maka akan terbentuk sebuah hubungan yang harmonis antara perusaha atau industri dengan lingkungannya. Dari hubungan ini masyarakat diharapkan dapat berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap beroperasi secara sehat dalam mengejar keuntungannya, disamping itu tetap meningkatkan tanggung jawab sosial

terhadap lingkungannya. Tingkat kesadaran masyarakat itulah yang kemudian memunculkan kesadaran baru tentang melaksanakan tanggung jawab sosial yang dikenal dengan CSR (Corporate Social Responsibility), selain itu pemahaman ini memberi tuntunan bahwa perusahaan bukan hanya sebuah identitas yang hanya mementingkan diri sendiri, melainkan sebuah identitas usaha yang perlu melakukan adaptasi dengan lingkungan sosialnya. CSR adalah sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Program CSR sangat penting diterapkan dalam perusahaan, karena nantinya akan muncul keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar (Salamah,2008)

Di Indonesia telah ditetapkan peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengenai kewajiban BUMN Indonesia untuk menyelenggarakan CSR. Sebagai salah satu BUMN PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk banyak memiliki cabang di seluruh Indonesia salah satunya adalah PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur.

PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur sebagai perusahaan Publik yang peduli semakin terlibat dalam kehidupan perkotaan dan mendekatkan diri pada aktivitas pelanggan serta nilai kesejahteraan masyarakatnya, oleh sebab itu Telkom berharap terjadinya sebuah kolaborasi antara sukses membangun Jawa Timur terutama Kota Surabaya melalui bidang informasi dan komunikasi, sehingga keberadaan

Telkom lebih bisa dirasakan kemanfaatannya bagi masyarakat. Untuk memacu pertumbuhan pengguna dan pemanfaatan Internet, PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur mendirikan Broadband Learning Center di kota-kota di Indonesia, salah satunya dengan melakukan program CSR dalam bidang Teknologi dan Informasi. BLC (Broadband Learning Center) merupakan wujud dari program CSR Telkom di bidang layanan umum dengan pendatangani kerjasama antara PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur dengan Pemerintah Kota Surabaya (Pemkot) Selanjutnya “Broadband Learning Center” BLC dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya (koran-sindo.com, 28 November 2013). Berkat kegigihan dalam menggarap bisnis yang berbalut aroma CSR, PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur dianugerahi penghargaan dari Walikota Surabaya atas partisipasi dalam membantu kegiatan pembangunan di kota Surabaya, yang diserahkan langsung oleh Walikota Surabaya Ir. Tri Rismaharini kepada GM PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur Stanislaus Susatyo dalam satu kegiatan apel peringatan hari jadi kota Surabaya ke-720 di Taman Surya, Balai Kota Surabaya Jumat (31/5) .

Stanislaus Susatyo, GM. PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur

“Bentuk kegiatan yang sudah dilakukan Telkom mencakup program Broadband Learning Center (BLC) yang terealisasi hampir di seluruh Kelurahan se kota Surabaya, program “Broadband Learning Center” BLC ini selain sebagai upaya memacu penetrasi internet, juga sebagai bagian dari grand scenario Telkom untuk membangun Indonesia broadband yang disediakan pada “Broadband Learning Center” BLC juga bertujuan memberikan

pemahaman tentang penggunaan akses internet yang sehat. Pembangunan “Broadband Learning Center” BLC di public area meliputi taman-taman kota dan di Surabaya sendiri telah banyak tersebar “Broadband Learning Center” BLC yang relatif mudah dijangkau masyarakat luas, diantaranya Taman Bungkul, Taman Flora kebun Bibit dan Taman Prestasi, Telkom meyakini dengan kemudahan jangkauan untuk akses internet, kelak mampu meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program-program pembangunan di Surabaya. Diakses 3 April 2014, (ukmtelkom.com/index.php?option=com_content&view=article&id=39:berita-pkbl&Itemid=105)

“Broadband Learning Center” (BLC) merupakan fasilitas pembelajaran Teknologi komputer dan internet yang dapat dinikmati oleh masyarakat Surabaya secara gratis. “Broadband Learning Center” BLC hadir di lokasi-lokasi yang dekat dengan ruang publik, seperti taman kota dan rumah susun (rusun), sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Selanjutnya “Broadband Learning Center” BLC dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Saat ini tercatat “Broadband Learning Center” BLC telah didirikan di enam lokasi yaitu, Rusunawa Penjaringan Sari, Taman Prestasi, Taman Flora, Rusunawa Tanah Merah, Kelurahan Made, dan Rusunawa Urip Sumoharjo. Pelatihan (Diakses 3 April 2014 20.19, <http://www.the-marketeers.com/archives/tri-rismaharini-dari-taman-sampai-egovernment.html#.U03faNJdXK0>).

Broadband Learning Center memiliki enam materi yang diberikan ialah Materi MS. Office (Ms Word, Ms. Excel, Power Point), Materi Web Desain Grafis (Photoshop, GIMP Image Editor, Corel Draw), Materi Aplikasi Android (Drop Box, Google Drive,

Google Maps, Google Calender, Evernote, Tiemviewer), Materi Internet (Browser, Social Network, Membuat Blog), Bisnis Online dan Akses Perizinan Online. (Diakses 3 April 2014 pukul 22.32, www.surabaya.co.id)

Program CSR “Broadband Learning Center” BLC tersebut dilaksanakan oleh Telkom dan unit CDC (Community Development Center) yang bekerja sama dengan Communications Division untuk publikasi melalui media massa. Dalam pelatihan “Broadband Learning Center” BLC , Telkom mengusung 3 (tiga) konsep education, kemitraan dan bina lingkungan. Program education berupa meningkatkan mengoperasikan serta memanfaatkan kehadiran internet di tengah ruang kerjanya. Program kemitraan dengan usaha kecil adalah terciptanya lapangan kerja serta kesempatan berusaha masyarakat untuk mendorong faktor ekonomi. Sedangkan program bina lingkungan berbentuk hibah untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan.

Iskriono Windiarjanto, EGM DCS Timur Telkom Indonesia.

“sebagai perusahaan negara yang bergerak dibidang operator telekomunikasi akan terus mendukung kemajuan teknologi di Surabaya. Menurut dia, indikator kemajuan warga dunia diukur dari pengetahuan dalam penggunaan internet. Dan untuk mendukung Surabaya melek IT, kita punya program 1 juta wifi. Kemudian masih adapula 2 juta speedy. Program tersebut mudah-mudahan bisa mendorong kemajuan pengetahuan IT warga Surabaya. Selain itu, ada target membangun 800.000 hotspot di Surabaya.”

(<http://archive.kaskus.co.id/thread/14866581/0/surabaya-menuju-kota-cyber>. Diakses 04 April 2014 , 23.18.)

Telkom yang bekerjasama dengan Pemkot membangun “Broadband Learning Center” (BLC) Tujuannya agar warga Kota Pahlawan itu melek TI. Ini merupakan salah satu upaya percepatan menuju Surabaya Cyber City. Cyber city merupakan salah satu konsep kota modern berbasis teknologi informasi yang kini telah banyak diterapkan di sejumlah kota besar di seluruh dunia. Ini adalah konsekuensi logis dari meningkatnya kebutuhan masyarakat yang ingin mengakses informasi dan berkomunikasi dengan mudah dan cepat. Tujuan “Broadband Learning Center” BLC untuk mewujudkan Surabaya Multi Media City (SMMC) membangun sarana pembelajaran telematika yang berlokasi di beberapa tempat di Surabaya untuk mewujudkan tujuan nasional, khususnya dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan mendorong tumbuhnya berbagai inovasi dalam sistem pendidikan. Sasaran sebagai Multi Media:

1. Surabaya Broadband Government and Education (B – GovEd
Wahana pelatihan pemanfaatan TIK secara selektif,
2. Surabaya pelajar SD, SLTP, dan SLTA di Kota Surabaya.
Broadband Citizen bagi UKM, Layanan Free Hot Spot dan
Community,
3. Surabaya Governmentinformasi di beberapa lokasi Layanan
informasi dan media pembelajaran Telematika yang telah
disepakati. berbasis internet di lokasi Hot Spot Surabaya memiliki

5 tempat “Broadband Learning Center” BLC yang dapat memudahkan Warga Masyarakat untuk menjangkaunya.

Chalid Buhari, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Surabaya.

“Sebelumnya PT Telkom dan Pemkot juga membangun “Broadband Learning Center” BLC di Taman Flora dan Fauna dan di sejumlah rumah susun (rusun) di Surabaya di antaranya Penjaringansari, Tanah Merah dan Urip Sumoharjo. Di Taman Prestasi PT Telkom memberikan hibah 10 komputer dan 1 laptop. Sedangkan di Rusun penjaringansari 4 komputer, 1 laptop untuk Rusun Tanah Merah dan Urip Sumoharjo masing-masing 3 komputer dan 1 laptop. Dan Chalid menambahkan bahwa dengan semakin banyaknya “Broadband Learning Center” BLC di Surabaya diharapkan Surabaya mampu menjadi barometer percontohan nasional dalam pengembangan teknologi bagi masyarakat dan fasilitas “Broadband Learning Center” BLC bisa dinikmati masyarakat Surabaya secara gratis.”(m.eksposnews.com/view/9/36716/.html, diakses 3 April 2014, 22.39)

Terwujudnya kota Surabaya sebagai pusat perdagangan dan jasa yang cerdas dalam merespon semua peluang dan tuntutan global, didukung oleh kepedulian tinggi dalam mewujudkan struktur pemerintahan dan kemasyarakatan yang demokratis, bermartabat dalam tatanan lingkungan yang sehat dan manusiawi program CSR PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur pada khususnya untuk meningkatkan mutu atau kualitas Sumber Daya Manusia dari Teknologi komputer dan internet.

Machmud, Ketua DPRD Surabaya

“Surabaya sebenarnya sudah lama melakukan inovasi di bidang data center meliputi e-procurement atau e-budgeting sementara kota-kota lain seperti Jakarta baru akan memulai. "Harusnya kota-kota lain di Indonesia dan juga dunia, meniru apa yang telah dilakukan Surabaya. Kalau diadopsi, saya yakin Indonesia jadinya akan lebih baik karena korupsi secara administrasi akan bisa

ditekan". (<http://www.suaralempang.com/2013/10/surabaya-raih-dua-penghargaan-future.html>, diakses 03 April 2014 22.05)

Peran Teknologi komputer dan internet semakin penting dikarenakan kita sudah memasuki era informasi (information age). Teknologi komputer dan internet adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi perangkat berbasis Teknologi komputer dan internet.

Saat ini keberadaan teknologi komputer dan internet sudah menjadi sebuah kebutuhan, hal apapun yang berkaitan dengan informasi dalam kehidupan manusia. Kehadirannya semakin akrab di sekitar kehidupan manusia, dan tidak bisa dipungkiri bahwa komputer manfaat maupun kegunaannya sangatlah besar dan membawa pengaruh di semua bidang yang disentuhnya, termasuk interaksi dalam masyarakat.

Di sisi lain kondisi menunjukkan adanya kesenjangan di tengah masyarakat, dimana masih banyak masyarakat kita yang belum “melek internet”, dan fakta menunjukkan bahwa justru masyarakat pelaku layanan di berbagai institusi belum mendapatkan pembekalan dan pelatihan yang cukup untuk dapat mengoperasikan serta memanfaatkan kehadiran internet di tengah ruang kerjanya.

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 pada pasal 4

dikemukakan bahwa: Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan public
- d) Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab
- e) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

Wiwien (46), warga Oro-oro, Kelurahan Pacar Kelilng, Kecamatan Tambaksari

“Mengaku senang dengan dibangunnya BLC di Taman Prestasi. Awalnya, saya tidak pernah mengakses internet. Sekarang saya sudah tahu akses internet berkat diajari di BLC. Setelah ini saya akan memasarkan usaha saya melalui internet katanya.” (<http://archive.kaskus.co.id/thread/14866581/0/surabaya-menuju-kota-cyber>. Diakses 04 April 2014, 00.09.)

Masyarakat yang ingin mengikuti pelatihan di “Broadband Learning Center” BLC, bisa datang setiap hari dari Senin hingga Jumat yang terbagi dalam tiga sesi selama dua jam. Untuk sesi pertama dimulai jam 08.00 WIB hingga 10.00 WIB. Sesi II dimulai dari jam 11.00 WIB hingga jam 13.00 WIB. Serta sesi III dimulai dari jam 14.00 WIB hingga

jam 16.00 WIB. (09 <http://telkomspeedy.com/node/1432>, diakses 04 April 19)

Disamping permasalahan diatas, Boadband Learning Center tersebut juga menuai pro dan kontra lain, salah satunya yang disampaikan oleh Koordinator yang menjadi mentor di Broadband Learning Center, hal tersebut dilakukan karena pelatihan teknologi komputer dan internet mencemaskan para orang tua tentang adanya internet bagi anak-anaknya yang membuka situs-situs yang dilarang dan menurunkan minat membaca buku di perpustakaan, tetapi Data Inclusion melalui Broadband Learning Center Surabaya mendapatkan penghargaan FutureGov ASIA Pasifik Data (<http://www.futuregov.asia/articles/2013/oct/25/recognising->)

Berdasarkan uraian diatas maka Peneliti tertarik untuk mengetahui Model Pengembangan program Corporate Social Responsibility “Broadband Learning Center” BLC yaitu Pelatihan Teknologi Komputer dan Internet yang dilakukan oleh Community Development Centre PT.Telekomunikasi Indonesia.Tbk Divre V Jawa Timur. Pemakai Pelatihan Teknologi Komputer dan Internet dibedakan menjadi empat kategori pelajar (SMP,SMA,Mahasiswa), Guru dan Tenaga pengajar dan keluarga, kelompok (perempuan atau pemuda) yang tentunya berpartisipasi dalam kegiatan Corporate Sosial Responsibility ini.

Model Pengembangan mengenai Broadband Learning Center menarik untuk diteliti mengingat Broadband Learning Center adalah program CSR yang dilakukan pada PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk

Divisi Regional V dan menjadikan pelatihan teknologi komputer dan internet tercepat di Surabaya serta munculnya fenomena komunikasi yang terjadi belakangan ini. Dengan penggunaan variabel Model Pengembangan diharapkan. Peneliti mendapat uraian persamaan tujuan dan harapan perusahaan dalam meningkatkan reputasi citra perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Model Pengembangan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Broadband Learning Center “BLC” Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Model Pengembangan Program corporate social responsibility “Broadband Learning Center” BLC Pada PT Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana Model Pengembangan Program Corporate Social Responsibility “Broadband Learning Center” BLC Pada PT.Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Berguna untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah mengenai studi Ilmu Komunikasi beserta media komunikasi perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan citra perusahaan yang akan sangat menambah pengetahuan Peneliti.

2. Bagi Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan program (Corporate Social Responsibility) lainnya terutama untuk “Broadband Learning Center” BLC Surabaya dalam model pengembangannya.

3. Manfaat Sosial

Dengan adanya penelitian ini, maka Peneliti berharap dapat mendorong para peneliti lain untuk lebih meningkatkan inovasi baru dan mengembangkan kreativitas penelitian lebih lanjut agar lebih mendapat manfaat yang lebih.